

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era modern seperti saat ini manusia selalu ingin tercukupi semua kebutuhannya, namun pada kenyataannya untuk mencukupi kebutuhan hidup itu tidaklah mudah. Salah satu alternatif yang di ambil guna mencukupi kebutuhan hidup masyarakat adalah melalui jalur wirausaha. Banyak cara untuk melakukan wirausaha, antara lain dengan mendirikan bisnis baru atau membeli sistem bisnis yang sudah jadi. Waralaba (Franchisee) sebagai bentuk usaha atau sistem bisnis banyak diminati para pengusaha baik itu pengusaha besar, ataupun pengusaha kecil. Karena melakukan usaha dibidang waralaba dapat meningkatkan kegiatan perekonomian dan memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat.

Waralaba adalah kerja sama dalam bidang usaha dengan bagi hasil sesuai dengan kesepakatan, hak kelola, hak pemasaran.¹ Waralaba (*franchise*) adalah suatu kerjasama manufaktur atau penjualan antara pemilik *franchise* dan pembeli *franchise* atas dasar kontrak dan pembayaran royalti.

Kerjasama ini meliputi pemberian lisensi atau hak pakai oleh pemegang *franchise* yang memiliki nama atau merek, gagasan, proses, formula, atau alat khusus ciptaannya kepada pihak pembeli *franchise* disertai dengan dukungan teknis dalam bentuk manajemen, pelatihan, promosi, dan

¹ Fitri A & Anny, Kamus Bahasa Indonesia Bergambar, Makasar, Galeri Lontara, 2008, hal.954

sebagainya. Untuk itu pembeli *franchise* membayar hak pakai tersebut disertai royalty, yang pada umumnya merupakan persentase dari jumlah penjualan².

Peraturan pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dalam pasal 1 ayat 1 memberikan pengertian waralaba yaitu Hak khusus yang dimiliki orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.

Sedangkan dalam ayat 2 Peraturan pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang waralaba memberi pengertian pemberi waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada penerima waralaba.

Dan pada ayat 3 Peraturan pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang waralaba memberi pengertian penerima waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh pemberi Waralaba untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimiliki pemberi waralaba.

Waralaba merupakan bisnis dengan ciri khas usaha yang memiliki keunggulan yang tidak mudah ditiru dibandingkan dengan usaha lain yang sejenis, dan membuat konsumen selalu memberikan ciri khas dimaksud. Selain itu usaha yang dilakukan terbukti sudah memberikan keuntungan, dengan menunjuk pengalaman pemberi waralaba yang telah mempunyai kiat-

² Yudha, Perlindungan Hukum Terhadap Pemberi Waralaba (skripsi tidak diterbitkan): Universitas Muhammadiyah Surakarta,2010, hal.4

kiat bisnis untuk mengatasi masalah-masalah dalam perjalanan usahanya, dan ini terbukti dengan masih bertahan dan berkembangnya usaha tersebut.

Pada sisi lain, seorang atau suatu pihak franchisee yang menjalankan kegiatan usaha sebagai mitra usaha *franchisor* menurut ketentuan dan tata cara yang diberikan, juga memerlukan kepastian bahwa kegiatan usaha yang sedang dijalankan olehnya tersebut memang sudah benar-benar teruji dan memang merupakan suatu produk yang disukai oleh masyarakat serta akan dapat memberikan suatu manfaat (*Finansial*) baginya, ini berarti *franchise* sesungguhnya juga hanya memiliki satu aspek yang didambakan baik oleh pengusaha pemberi *franchise/Franchisor* maupun mitra usaha penerima *franchise/franchisee*, yaitu masalah kepastian dan perlindungan hukum.

Waralaba merupakan salah satu bentuk format bisnis dimana pihak pertama yang disebut *franchisor* memberikan hak kepada pihak kedua yang disebut *franchisee* untuk mendistribusikan barang/jasa dalam lingkup area geografis dan periode waktu tertentu mempergunakan merek, logo, dan sistem operasi yang dimiliki dan dikembangkan oleh *franchisor*. Pemberian hak ini dituangkan dalam bentuk perjanjian waralaba (*franchise agreement*). Perjanjian waralaba adalah pada umumnya suatu perjanjian diantara seorang distributor dari sebuah produk atau jasa atau pemilik merk dagang atau hak cipta (*franchisor*). Dan penjual (*franchisee*) setuju untuk menjual produk dan jasa *Franchisor* atau berbisnis dibawah nama *franchisor*.

Didalam pasal 4 ayat (1) UU No. 42 Tahun 2007 menentukan bahwa:

Waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba dengan memperhatikan hukum Indonesia.

Perjanjian waralaba tersebut merupakan salah satu aspek perlindungan hukum kepada para pihak dari itikad tidak baik dari pihak yang lain. Hal ini dikarenakan perjanjian dapat menjadi dasar hukum yang kuat untuk menegakkan perlindungan hukum bagi para pihak, terlebih jika terjadi sengketa dikemudian hari. Melalui perjanjian dapat diketahui pula mengenai posisi tanggung jawab dari masing-masing pihak. Jika salah satu pihak melanggar isi perjanjian maka pihak yang lain dapat menuntut pihak yang melanggar tersebut sesuai dengan hukum yang berlaku. Perjanjian waralaba memuat kumpulan persyaratan, ketentuan dan komitmen yang dibuat dan dikehendaki oleh *franchisor* bagi para *franchisee*-nya.

Perjanjian waralaba melibatkan kedua belah pihak yaitu *franchisee* (penerima waralaba) dan *franchisor* (pemberi waralaba) dan juga tercantum ketentuan berkaitan dengan hak dan kewajiban *franchisee* dengan *franchisor*, misalnya hak territorial yang dimiliki *franchisee*, persyaratan lokasi, ketentuan pelatihan, biaya-biaya yang harus dibayarkan oleh *franchisee* kepada *franchisor*, ketentuan berkaitan dengan lama perjanjian waralaba serta perpanjangan dan ketentuan lain yang mengatur hubungan antara *franchisee* dengan *franchisor*. Dalam perjanjian juga mencantumkan tentang standar atas pelayanan dan barang dan/atau jasa yang ditawarkan oleh pemberi waralaba yang dibuat secara tertulis.

Maka kedua belah pihak baik *franchisor* maupun *franchisee* harus memenuhi tanggung jawab hukum masing - masing sesuai isi perjanjian yang telah disepakati agar hubungan kerjasama antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba didalam menjalankan kerjasama Waralaba diharapkan harmonis untuk mencapai kesejahteraan bersama, dan untuk meningkatkan produktifitas usaha kecil. Tanggung jawab ini tidak hanya timbul ketika salah satu pihak melakukan Wanprestasi. Hal ini disebabkan karena hak-hak dan kewajiban dari masing-masing pihak yang harus dilaksanakan menurut perjanjian *franchise*.

Di dalam perjanjian *franchise* ini hukum yang berlaku dapat ditentukan oleh para pihak sendiri atau berdasarkan asas-asas umum berlaku pada kontrak, dan sesuai dengan peraturan hukum waralaba yang berlaku di Indonesia.

Namun apabila ditelaah dari kontak-kontrak standar/baku *franchisee* yang ada, maka dapat dilihat banyak ketimpangan yang terjadi didalamnya. Hal ini dapat dilihat dari kedudukan *franchisor* didalam menyusun kontrak yang begitu dominant sehingga kedudukan *franchisee* khususnya usaha kecil tidak seimbang dan dirasa kurang adil. Adapun pembuatan perjanjian didasarkan pada kata sepakat oleh para pihak sesuai pasal 1338, 1320 KUHPerduta. Tetapi didalam perakteknya dilapangan pengaturan perjanjian lebih di dominasi oleh *franchisor* dan mengesampingkan kepentingan *franchise*.

Alfamart mencoba menawarkan skema kepemilikan gerai Alfamart kepada masyarakat yang berminat menjadi wirausaha. Dalam skema waralaba tersebut, dukungan yang diberikan PT Sumber Alfaria Trijaya mencakup merek Alfamart yang sudah dikenal luas, kemampuan merchandising dan pemasaran, tata kelola bisnis ritel yang handal, sistem teknologi informasi (TI) Alfamart yang menyeluruh, sistem logistik dan manajemen persediaan, serta basis pelanggan dari pemegang kartu Aku.

Perjanjian waralaba melibatkan kedua belah pihak yaitu *franchisee* (penerima waralaba) yang artinya penerima merk dan *franchisor* (pemberi waralaba) yang artinya pemberi merk yaitu pihak PT Sumber Alfaria Trijaya dan juga tercantum ketentuan berkaitan dengan hak dan kewajiban *franchisee* dengan *franchisor*, misalnya hak territorial yang dimiliki *franchisee*, persyaratan lokasi, ketentuan pelatihan, biaya-biaya yang harus dibayarkan oleh *franchisee* kepada *franchisor*, ketentuan berkaitan dengan lama perjanjian waralaba serta perpanjangan dan ketentuan lain yang mengatur hubungan antara *franchisee* dengan *franchisor*.

Kesuksesan perjanjian waralaba sangat ditentukan dari kerjasama yang sinergi, sehingga penting bagi kedua belah pihak mengetahui kedudukan dan tanggung jawabnya masing-masing, agar kerjasama tersebut dapat dilaksanakan dengan baik oleh kedua belah pihak yang bersangkutan. Perjanjian waralaba pada PT. Sumber Alfaria Trijaya menggunakan perjanjian baku atau standar, yaitu dituangkan dalam bentuk formulir. Dari segi biaya dan waktu bentuk perjanjian memang lebih hemat karena pihak *franchisor*

tinggal menyodorkan formulir yang sudah dipersiapkan sebelumnya. Semua itu telah ditentukan oleh PT. Sumber Alfaria Trijaya sedangkan calon franchisee (terwaralaba) tinggal menyatakan kehendaknya untuk menerima atau menolak isi perjanjian tersebut.

Sehingga sejalan dengan visi Alfamart yaitu menjadi jaringan distribusi ritel terkemuka yang dimiliki masyarakat luas. Alfamart mengadakan perjanjian kerjasama dengan salah satu toko kelontong di Ngawi untuk mengadakan kerjasama waralaba dan memperoleh merk dagang Alfamart dengan barang dagangan untuk dipasarkan.

Banyak orang masih skeptis dengan kepastian hukum terutama dalam bidang waralaba di Indonesia. Namun saat ini kepastian hukum untuk berusaha dengan format bisnis Waralaba jauh lebih baik sebelum tahun 1997. Namun tetap harus dilihat aspek-aspek yang dapat merugikan para-pihak. Sehingga dikemudian hari diharapkan masyarakat sekitar tidak ragu melakukan perjanjian waralaba khususnya melakukan kerjasama dengan Alfamart untuk memperluas perekonomian warga masyarakatn dan mampu menciptakan lapangan pekerjaan dengan memahami segala tanggungjawab para pihak mengenai hak-hak serta kewajiban dalam menjalankan perjanjian waralaba dengan Alfamart.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik menyusun skripsi
“TANGGUNG JAWAB HUKUM TERHADAP PERJANJIAN WARALABA
YANG BERLAKU DI ALFAMART”

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka perumusan masalah yang akan dirumuskan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana proses pelaksanaan perjanjian waralaba di Alfamart?
2. Bagaimana hak dan kewajiban para pihak dalam perjanjian waralaba di Alfamart?
3. Bagaimana apabila salah satu pihak melakukan wanprestasi terhadap perjanjian waralaba yang mereka buat dan bagaimana ganti rugi atas tanggung jawab tersebut?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mengetahui proses pelaksanaan perjanjian waralaba di Alfamart.
2. Mengetahui hak-hak dan kewajiban masing-masing pihak dalam perjanjian waralaba di Alfamart?
3. Mengetahui apa tanggungjawab pihak yang melakukan wanprestasi terhadap perjanjian waralaba di Alfamart.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah.

1. Manfaat Bagi Penulis

Hasil penelitian ini dapat membantu penulis dalam memahami mengenai kedudukan dan tanggung jawab para pihak khususnya franchisee dalam perjanjian waralaba serta pelaksanaan dan mengetahui hambatan-hambatan dan juga cara penyelesaiannya.

2. Manfaat Bagi Ilmu Pengetahuan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan ilmu pengetahuan serta pemikiran yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan hukum pada umumnya khususnya hukum perdata lebih khusus lagi hukum- hukum perjanjian dan hak kekayaan intelektual.

3. Manfaat Bagi Masyarakat

Memberikan pengetahuan kepada masyarakat, khususnya para pelaku bisnis yang tertarik menjalamkan bisnis waralaba, agar lebih cermat dalam melihat klasul-klasul yang akan diperjanjikan, sehingga perjanjian tersebut menguntungkan kedua belah pihak dengan kata lain tidak berat sebelah.

E. Metode Penelitian

Metode dalam hal ini diartikan sebagai suatu cara yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan dengan menggunakan alat-alat tertentu. Sedangkan penelitian adalah suatu usaha untuk menemukan, mengembangkan, dan menguji suatu pengetahuan. Suatu usaha di mana

dilakukan dengan menggunakan metode tertentu.³ Suatu metode penelitian akan mengemukakan secara teknis tentang metode-metode yang digunakan dalam penelitian.⁴

Adapun Metode yang akan digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Metode Pendekatan

Dalam penelitian penulis menggunakan metode pendekatan Normatif, karena yang diteliti adalah aspek-aspek hukum dari perjanjian waralaba yang dilakukan antara PT Sumber Alfaria Trijaya (Alfamart) dengan cabang Alfamart Ngawi sehingga dapat diketahui kedudukan hukum dari perjanjian waralaba yang dilakukan oleh franchisor (pemberi waralaba) dengan franchisee (penerima waralaba).

2. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif.

Yaitu jenis penelitian ini bertujuan agar dapat menyusun, memberikan gambaran yang jelas, lengkap dan sistematis mengenai proses pelaksanaan tanggungjawab hukum terhadap perjanjian waralaba yang berlaku di Alfamart.

3. Sumber Data

Dalam penelitian ini menggunakan sumber data yang meliputi:

a. Sumber Kepustakaan

³ Sutrisno Hadi. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: UGM Press. 1997. Hal 3

⁴ Noeng Muhadjir. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rake serasin. 1998. Hal 3

Bahan Hukum Primer (yaitu bahan-bahan hukum yang mempunyai kekuatan mengikat) yang terdiri dari :

- 1) Perjanjian Waralaba No. SAT/AJA/WL/KTN/XII/2011/049
- 2) KUHPerdata
- 3) PP No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba
- 4) PP No. 44 Tahun 1997 tentang Kemitraan.

b. Penelitian Lapangan

Penelitian lapangan ini dilakukan secara langsung di lokasi penelitian guna memperoleh data tambahan yang diperlukan penulis:

1) Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di wilayah Ngawi , yakni pada cabang Alfamart Mitra usaha CV Sanjaya. Alasan pemilihan lokasi penelitian ini karena lokasi penelitiin dekat dengan rumah.

2) Subyek Penelitian

Dalam penelitian ini dijadikan subyek penelitian adalah Relation Franchise kantor Alfamart cabang Klaten.

4. Metode Pengumpulan Data

Data-data yang digunakan dalam penelitian ini akan dikumpulkan melalui dua metode yaitu:

a. Studi kepustakaan

Studi kepustakaan di peroleh untuk menghimpun, mengumpulkan, mempelajari bahan hukum primer.

b. Studi lapangan

Adalah merupakan suatu cara tentang peengumpulan data dengan cara terjun langsung ke lapangan.

Adapun cara pengumpulan datanya melalui:

1) Observasi

Adalah suatu tekhnik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis dengan mengadakan pengamatan secara langsung terhadap objek yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dengan tujuan untuk mendapatkan data yang menyeluruh, melalui pengamatan langsung di cabang Alfamart Ngawi.

2) Membuat Daftar Pertanyaan

Membuat daftar pertanyaan yang akan diberikan lepada responden untuk mendapatkan data yang di butuhkan.

3) Wawancara

Yaitu mengadakan Tanya Jawab secara langsung kepadapak Erwan selaku Relation Franchise kantor Alfamart cabang Klaten

5. Metode Analisi Data

Estela penulis mendapatkan data dari peneliti, data tersebut dianalisis secara kualitatif, yaitu hanya mengambil data yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas; peraturan, literatur mengenai tanggungjawab hukum terhadap perjanjian waralaba yang dikaitkan dengan pendapat responden dan dicarikan pemecahannya dan kemudian dapat disimpulkan. Data yang berhasil dikumpulkan dalam penelitian ini (baik data primer maupun data skunder) dianalisis dengan menggunakan analisis kualitatif,

sehingga memungkinkan menghasilkan kesimpulan akhir yang memadai sebagai karya ilmiah dalam bentuk skripsi.

F. Sistematika Skripsi

Penulisan skripsi ini penulis membagi pokok masalah secara terperinci dan dimengerti secara jelas, maka dibuat suatu sistematika secara garis besar yang terdiri dari beberapa bagian atau bab-bab yang susunannya sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Perumusan Masalah
- C. Tujuan penelitian
- D. Manfaat Penelitian
- E. Metode Penelitian
- F. Sistematika Penulisan Skripsi

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

- A. Tinjauan Umum Tentang Waralaba dan Alfamart
 - 1. Pengertian Waralaba
 - 2. Pengertian Alfamart
 - 3. Jenis-Jenis Waralaba
 - 4. Karakteristik Bisnis waralaba di Alfamart
 - 5. Pengaturan Waralaba di Indonesia
- B. Tinjauan Umum Tentang Perjanjian Waralaba
 - 1. Pengertian Perjanjian Waralaba

2. Pihak-pihak dalam perjanjian Waralaba
3. Perjanjian yang dilakukan oleh para pihak dalam perjanjian Waralaba
4. Hubungan antar para pihak dalam perjanjian Waralaba
5. Hak dan kewajiban dalam perjanjian Waralaba
6. Keadaan memaksa
7. Tanggungjawab hukum dalam perjanjian Waralaba
8. Ganti rugi atas tanggungjawab hukum dalam perjanjian waralaba
9. Hapusnya perjanjian Waralaba

BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Tempat Penelitian

B. Hasil Penelitian

1. Proses pelaksanaan perjanjian Waralaba pada PT Alfa Mitra Utama dengan pemilik cabang Alfamart Masaran.
2. Hak dan kewajiban PT Alfa Mitra Utama dan pemilik cabang Alfamart Masaran dalam perjanjian Waralabapara
3. Tanggung jawab hukum salah satu pihak apabila terjadi wanprestasi terhadap isi perjanjian Waralaba.

C. Pembahasan

1. Proses pelaksanaan perjanjian Waralaba pada PT Alfa Mitra Utama dengan pemilik cabang Alfamart Masaran.
2. Hak dan kewajiban PT Alfa Mitra Utama dan pemilik cabang Alfamart Masaran dalam perjanjian Waralabapara

3. Tanggung jawab hukum salah satu pihak apabila terjadi wanprestasi terhadap isi perjanjian Waralaba.

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan

B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN